



**KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI
(Studi kasus pada kelurahan cipedak Jakarta selatan)**

SKRIPSI

VERIANDRIANO

1410111058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN' JAKARTA
2019**



**KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI
(Studi kasus pada kelurahan cipedak Jakarta selatan)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

VERIANDRIANO

1410111058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN' JAKARTA
2019**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Veriandriano

NIM : 1410111058

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 07 Januari 2019

Yang menyatakan,



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Veriandriano
NIM. : 1410111058
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*NonExclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

'Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi' (' Studi Kasus Pada Kelurahan Cipadak Jakarta Selatan')

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 07 Januari 2019

Yang menyatakan



SKRIPSI

KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI (studi kasus pada kelurahan cipedak Jakarta selatan)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

VERIANDRIANO 1410111058

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 07 Januari 2019
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Suharyati, S.E., M.M.

Ketua Penguji



Dr. Faisal Marzuki, M.Pd.

Penguji I



Dr. Alupaedah, S.E., M.M.

Ketua Jurusan Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 07 Januari 2019



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.

Penguji II (Pembimbing I)



Wahyudi, S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

PURCHASING DECISIONS SMARTPHONE XIAOMI

By

Veriandriano

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the effect of price, advertising, and product attributes on brand switching. The population in this study were Simpati users in kelurahan cipedak Jakarta selatan. The sample size was taken as many as 60 respondents, with a non probability sampling method with a purposive sampling method. Data collection is done through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis with SmartPLS3.0 software. The results of this study indicate that (1) Brand image a significant influence on purchasing decisions. (2) Quality product has a significant to purchasing decisions (3) Price has a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Quality Product, Product Price, and Purchasing Decisions

**KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI
(STUDI KASUS PADA KELURAHAN CIPEDAK JAKARTA SELATAN)**

Oleh

Veriandriano

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *smartphone* xiaomi. Ukuran sampel diambil sebanyak 65 orang responden, dengan metode pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software SmartPLS3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GASAL TA. 2018/2019

Hari ini Senin, tanggal 07 Januari 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : VERIANDRIANO

No.Pokok Mahasiswa : 1410111058

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Kelurahan Cipendak Jakarta Selatan)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, S.E., M.M	Ketua	1.
2	Dr. Faisal Marzuki, M.Pd	Anggota I	2.
3	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M, CFMP	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat karunia-Nya hingga karya ilmiah ini telah diselesaikan. Judul yang dipilih dalam usulan penelitian ini adalah **‘Keputusan pembelian *smartphone* *xoami*’**. Terimakasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi. SE, MM, CFMP. dan Ibu Diana Triwardhani. SE, MM. selaku dosen pembimbing, Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si, M.M. selaku dosen riset pemasaran dan dosen seminar manajemen pemasaran, serta kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama perkuliahan.

Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Anang dan Ibu Dariah selaku kedua orangtua, dan Dinda Ramayanti selaku adik. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Alfiana Setiani yang telah memberikan dukungan dan semangat. Dan penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bella Elyja, Ardaness Sigit, Aditya Mulana, Genta Adhitama, Nurul Farida, Yusup Rhandi, serta teman-teman S1 Manajemen 2014 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 07 Januari 2019

Veriandriano

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN & HIPOTESIS	 7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Definisi Pemasaran	7
2.1.2 Keputusan Pembelian	8
2.1.2.1 Definisi Keputusan Pembelian	8
2.1.2.2 Struktur Keputusan Pembelian	9
2.1.2.3 Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen	9
2.1.2.4 Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian	10
2.1.3 Kualitas Produk	11
2.1.3.1 Pengertian Pruduk.....	11
2.1.3.2 Tujuan Produk	11
2.1.3.3 Bentuk Produk.....	12
2.1.3.4 Pengembangan Produk.....	12
2.1.3.5 Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.3.6 Dimensi Kualitas Produk	13
2.1.4 Citra Merek	14
2.1.4.1 Definisi Merek.....	14
2.1.4.2 Manfaat Merek	14
2.1.4.3 Pengertian Citra Merek.....	15
2.1.4.4 Manfaat Citra Merek.....	15
2.1.4.5 Dimensi Citra Merek	16
2.1.5 Persepsi Harga	16
2.1.5.1 Pengertian Persepsi Harga	16

2.1.5.2	Definisi Persepsi	17
2.1.5.3	Persepsi atas Harga	17
2.1.5.4	Strategi Penetapan Harga	18
2.1.5.5	Tujuan Penetapan Harga	18
2.1.5.6	Indikator Persepsi Harga	18
2.2	Model Penelitian	19
2.3	Pengembangan Hipotesis	20
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.3.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	21
BAB III	MODEL PENELITIAN.....	22
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
3.1.1	Definisi Operasional	22
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	23
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel	23
3.2.1	Populasi.....	23
3.2.2	Sampel.....	23
3.2.2.1	Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.3	Teknik Pengumpulan Data	24
3.3.1	Jenis Data	24
3.3.2	Sumber Data.....	25
3.3.3	Pengumpulan Data.....	25
3.4.	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	26
3.4.1	Analisis Data	26
3.4.1.1	Analisis Deskriptif	26
3.4.1.2	Partial Least Square (PLS)	27
3.4.1.3	Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> (PLS)	27
3.4.1.4	Tahap-tahap <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	28
3.4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.4.3	Uji Hipotesis.....	29
3.4.3.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T)	29
3.5	Kerangka Model Penelitian.....	29
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1	Hasil Penelitian.....	31
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	31
4.1.2	Deskripsi Data	34
4.1.2.1	Deskripsi Data Responden	34
4.1.2.2	Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian	36
4.1.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	38
4.1.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
4.1.3.2	Model Pengukuran (Outer Model)	39
4.1.3.3	Uji Validitas Konvergen.....	41
4.1.3.4	Uji Validitas Diskriminan	42
4.1.3.5	Uji Reliabilitas PLS	43
4.1.3.6.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	44
4.1.3.7.	R Square.....	44

4.1.3.8.	Uji t-Statistik	44
4.2	Pembahasan.....	46
4.2.1.	Pengaruh Citra Merek (X_1) Dengan Keputusan Pembelian.....	46
4.2.2	Pengaruh Harga (X_2) Dengan Keputusan pembelian	46
4.2.3.	Pengaruh Kualitas Produk (X_3) Dengan Keputusan Pembelian.....	47
4.3.	Keterbatasan Penelitian.....	47
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1.	Simpulan	49
5.2	Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....		51
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Tabel Penjualan Smartphone.....	3
Tabel 2.	Kisi-kisi Instrumen Pengukuran Variabel.....	23
Tabel 3.	Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert	26
Tabel 4.	Interpretasi Nilai Presentase Responden.....	26
Tabel 5.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	34
Tabel 6.	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	35
Tabel 7.	Karakteristik Responden Menurut Status Pendidikan	35
Tabel 8.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	36
Tabel 9.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	37
Tabel 10.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga	37
Tabel 11.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga	38
Tabel 12.	Outer Loading Factor.....	41
Tabel 13.	<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	42
Tabel 14.	Tabel <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	42
Tabel 15.	<i>Composite Reliability</i>	43
Tabel 16.	<i>Cronbach's alpha</i>	43
Tabel 17.	Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i>	44
Tabel 18.	Hasil Uji t-Statistik	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia	1
Gambar 2. Model lima tahap proses membeli	10
Gambar 3. Kerangka Penelitian	19
Gambar 4. Langkah-Langkah Analisis PLS	28
Gambar 5. Kerangka Model Penelitian	30
Gambar 6. Outer Model	39
Gambar 7. Outer Model Re-estimasi	40
Gambar 8. Inner Model	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 60 Responden
- Lampiran 5. R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 6. Hasil Olah Data PLS
- Lampiran 7. Surat Riset